

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara sikap, informasi, dan niat beli terhadap keputusan pembelian ulang yang telah diuji dengan SPSS 16.0 yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli pelanggan produk susu balita Dancow di Surabaya. Hal ini berarti bahwa hipotesis satu (H1) dapat diindikasikan dengan melihat nilai $\rho < 0,05$ pada saat dilakukan uji signifikansi SPSS.
2. Informasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli produk susu balita Dancow di Surabaya. Hal ini berarti bahwa hipotesis dua (H2) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan positif terhadap niat beli. Hal ini diindikasikan dengan melihat nilai $\rho = 0,287 > 0,05$ pada saat dilakukan uji signifikan T hitung.
3. Niat beli tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada produk susu balita Dancow di Surabaya. Hal ini berarti bahwa hipotesis (H3) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada produk susu balita Dancow di Surabaya.

2. Berdasarkan hasil penelitian tersebut keputusan pembelian ulang tidak dipengaruhi oleh sikap, informasi, dan niat beli. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian ulang bukan ditentukan oleh faktor-faktor tersebut. Sementara itu berdasarkan informasi dari responden yang mengisi kuesioner diperoleh informasi bahwa keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh harga relatif lebih murah dari produk susu balita yang lain.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini masih sangat banyak terdapat keterbatasan dan kekurangan antara lain:

- a. Masih banyaknya responden yang kurang serius dalam mengisi kuesioner.
- b. Sulitnya mencari responden yang membeli produk susu balita Dancow minimal dua tahun terakhir.

5.3 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada beberapa pihak yang terkait dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Saran bagi produk susu balita Dancow
 1. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diberikan saran kepada perusahaan sebaiknya menggali faktor apa yang mempengaruhi yang menentukan keputusan pembelian ulang dengan cara melakukan survei kepada kios-kios dan pelanggan-pelangganya.

2. Perusahaan sebaiknya mulai memperhatikan pemberian informasi yang lebih intensif melalui promo-promo atau iklan. Hal ini bertujuan agar informasi keberadaan susu balita Dancow lebih diakui oleh masyarakat.
3. Berdasarkan jawaban kuesioner responden mengenai sikap menunjukkan bahwa nilai *mean* yang terendah yaitu S4 sebesar 3,75 menyatakan tentang bahwa responden terbiasa mencari informasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus lebih memperhatikan sikap responden terhadap produk susu balita Dancow. Sedangkan pada jawaban kuesioner informasi dengan nilai *mean* I5 terendah sebesar 3,48. Artinya, bahwa perusahaan harus lebih gencar untuk memberitahukan informasi kepada pelanggan dengan cara melalui event-event atau promo-promo yang diadakan perusahaan. Pada jawaban kuesioner responden dengan nilai *mean* NB1 terendah sebesar 3,12 yang menyatakan kepedulian responden Dancow dinilai kurang. Hal ini dikarenakan kurang menonjolkan kelebihan produk susu Dancow balita dibanding produk susu balita lainnya. Sedangkan, pada jawaban kuesioner responden mengenai keputusan pembelian ulang dengan nilai *mean* KPU 2 terendah sebesar 3,33 yang menyatakan bahwa responden kurang melakukan pembelian produk susu balita Dancow secara berkala. Artinya, perusahaan harus lebih meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memberikan reward

agar pelanggan tersebut melakukan pembelian produk susu balita Dancow secara berkala.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat lebih mendalami atau mengkaji ulang dengan penelitian sebelumnya, dalam penggunaan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Demikian hal tersebut dapat menjadikan penelitian selanjutnya akan lebih baik dengan penggunaan sampel yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfan Ikhsan Lubis. 2010. "*Akuntansi Keperilakuan*". Salemba Empat. Jakarta.
- Danang Sunyoto. 2012. "*Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*". PT Nuku Seru. Yogyakarta.
- Dyah Ayu Purnama Sari. 2011. Seputar Susu Bayi Dancow (Online), (<http://anak.co/susu-formula/seputar-susu-bayi-dancow.html>, diakses 7 April 2013).
- Fin, Byoung-ho. Fi Hye Kang. 2011. "Purchase Intention Of Chinese Consumers Toward a US Apparel Brand: A Test Of a Composite Behavior Intention Model". *Journal Of Consumer Marketing*. 16 (April). Pp 187-199.
- Imam Ghozali. 2007. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jonathan Sarwono dan Tuty Martadiredja. 2008. "*Riset Bisnis*". Andi. Yogyakarta.
- Krismiaji. 2005. "Sistem Informasi Akuntansi". Edisi Kedua. UPP AMP YKPN.
- Kotler, Philip. 2008. "*Prinsip – Prinsip Pemasaran*". Erlangga. Jakarta.
- Laudon, C. Kenneth dan Jane, P. Laudon. 2008. "*Sistem Informasi Manajemen*". Salemba Empat. Jakarta.
- Long-Yi Lin, Yeun-Wen Chen. 2009. "A Study On The Influence Of Purchase Intentions On Repurchase Decisions: The Moderating Effects Of Reference Groups and Perceived Risks". 24 (April). Pp 28-48.
- Malhotra, Naresh K. 2009. "*Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan*". PT Indeks. Jakarta
- Mazaheri, Ebrahim. Marie Odile Richard, Michel Laroche. 2012. "The Role Of Emotions In Online Consumer Behavior: A Comparison Of Search, Experience, and Credence Services". *Journal Of Consumer Marketing*. 3 (April). Pp 535-550.

McLeod, Jr. Raymond dan George, P. Schell. 2010. "*Sistem Informasi Manajemen*". Edisi Kesembilan. PT Indeks.

Prof. DR. Sofjan Assauri. 2007. "*Manajemen Pemasaran*". PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Robbin, P. Stephen. 2008. "*Perilaku Organisasi*". Edisi Kesepuluh Buku 1. Surabaya.

Romney, Steinbart. 2006. "*Sistem Informasi Akuntansi*". Edisi Kesembilan, Buku 1. Sdalemba Empat.

Sugiyono. 2009. "*Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". Cetakan Kedua Belas. CV Alfabeta.

Supriyanto. 2009. "*Metodelogi Riset Bisnis*". PT Indeks. Jakarta.

Tata Sutabri. 2005. "*Sistem Informasi Manajemen*". Andi. Yogyakarta.

Tatik Suryani. 2008. "*Perilaku Konsumen*". Graha Ilmu. Surabaya.

Top Brand. 2012. (www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-kids-result-2012.html, diakses 7 April 2013).

Wahyuni, Murti. Sumarni dan Salamah. "*Metodelogi Penelitian Bisnis*". Andi. Yogyakarta.

Yu-Shan Chen. Ching-Hsun Chang. 2012. "Enhance Green Purchase Intentions: The Role Of Green Perceived Risk, and Green Trust". *Journal Of Consumer Marketing*. 3 (April). Pp 502-520

<http://www.livestockreview.com/2010/07/persaingan-sengit-bisnis-susu-formula/>
diakses 20 Juni 2013.

[http://dispendukcapil.surabaya.go.id/jumlah penduduk surabaya/2010/](http://dispendukcapil.surabaya.go.id/jumlah_penduduk_surabaya/2010/) diakses 13 2012.